

EDC INTERNET

SEKSSPEELTJES VANUIT VEENDAM DE HELE WERELD OVER



WAT BEGON ALS EEN HANDELTJE OP EEN ZOLDERKAMER IN ANNEN, IS IN RUIM TIEN JAAR TIJD UITGEGROEID TOT EEN GROOT EN MODERN E-COMMERCEBEDRIJF DAT WERELDWIJD EROTISCHE ARTIKELEN AAN DE MAN (EN DE VROUW) BRENGT. 'HET WAS ECHT PIONIEREN GEBLAZEN, DE AFGELOPEN JAREN, KIJKT OPRICHTER ERIC IDEMA VAN EDC INTERNET TERUG.' IN HET BEGIN WILDE GEEN BANK OF VERZEKERAAR ZAKENDOEN. DE EROTICABRANCHE HAD NU EENMAAL NIET HET ALLERBESTE IMAGO.' MAAR DE GRONINGER ONDERNEMER LIET ZICH NIET VAN DE WIJS BRENGEN EN LEIDDE IN EEN RELATIEF KORTE TIJD ZIJN BEDRIJF NAAR FD GAZELLEN AWARDS, VEROVERDE WERELDMARKTEN EN KWAM MET HONDERDEN EIGEN PRODUCTLIJNEN.

Ze zorgen nog vaak voor gegniffel, de producten die Eric Idema en zijn ongeveer zeventig man personeel aan de man brengen. 'Maar het taboe zoals dat in het verleden bestond, is inmiddels echt wel verdwenen', zo is de Groningse internetondernemer overtuigd. 'Bij de Etos en de Kruidvat liggen de massagestaven en andere genotsmiddelen tegenwoordig ook gewoon in het schap en ik denk dat de drempel de komende jaren alleen maar lager wordt.'

Idema begon zijn carrière in de erotische parafernalia toen hij zijn baan bij een internetprovider verloor. 'Het bedrijf werd verkocht en een groot deel van het personeel verhuisde niet mee naar de nieuwe eigenaar. Ik moest dus op zoek naar een nieuwe inkomstenbron. Een aantal ex-collega's deed al wat met online erotische video's waarbij ze per klik betaald kregen. Dat liep goed en dus vroeg ik of ze ook zo'n site voor mij in elkaar konden draaien.'

De site liep goed en al snel zag Idema kansen om zijn markt te verbreden. 'Ik breidde de site uit met een sms-chat en 06-lijnen. Een tijdje liep de site heel behoorlijk, maar op een gegeven moment schoten de gratis seksites ineens als paddestoelen uit de grond. Ik wist direct dat dat het einde van betaalsites als de mijne zou betekenen en dus moest ik weer op zoek naar iets nieuws.'

Het werd een webwinkel met erotische producten. 'Ik had dankzij mijn site natuurlijk al de nodige traffic vanuit die markt. De plaatjes 'leende' ik bij een concurrent en ook de eerste bestellingen kocht ik zelf bij een andere webshop in', vertelt Idema met een brede glimlach. 'Pas toen het echt een beetje ging lopen ben ik op zoek gegaan naar een officieel inkoopkanaal.'

De webwinkel kwam op een ideaal moment. 'We hebben het over 2004. De e-commerce stelde, helemaal in deze branche, nog amper wat voor. Mensen bestelden hun speeltjes nog vooral uit catalogi.' Idema was de eerste in Nederland die 100 procent online ging met de verkoop. 'Daardoor had ik in de daaropvolgende jaren een behoorlijke voorsprong op de concurrentie, die alles nog moest omzetten en daar lang niet altijd even succesvol mee omsprong.'

Toen de handel eenmaal echt op gang kwam, ging het snel met Idema's bedrijf. 'De zolderkamer in Annen was ik in rap tempo ontgroeid. Die stond inmiddels zo vol met inventaris dat mijn vrouw me vriendelijk verzocht toch eens naar een pandje op zoek te gaan.' En zo kwam EDC Internet terecht in Veendam. 'Eerlijk gezegd was ik op dat moment vooral op zoek naar iets goedkoop, maar wel met een representatieve uitstraling, zodat mensen voortaan hun bestelling ook konden afhalen. In onze branche draait het vooral om vertrouwen en discretie. Een fysiek adres met een afhaalbalie is dan goud waard.'

Aan de Lloydsweg nam Idema ook zijn eerste



'IN DEZE BRANCHE DRAAIT HET OM DISCRETIE'

personeelslid aan, een programmeur. 'Samen hebben we één beheerplatform gebouwd waaraan alle interne processen gekoppeld werden. Dat platform is nog steeds de basis, maar de ontwikkeling ervan is een continu proces. Nog altijd werken we dag in dag uit aan ons platform om alle processen zo efficiënt mogelijk te maken. Al vanaf de beginperiode is 'doen' de leidraad bij EDC Internet: constant blijven kijken naar wat er beter kan en waar kansen liggen en daar direct op inspringen. Ook de beslissing om niet alleen aan consumenten te leveren maar ook als groothandel voor andere sites en aanbieders te gaan leveren kwam daar destijds uit voort.'

De aanpak van Idema, met één centraal beheerplatform waarmee zowel de consumenten- als de retailmarkt bediend werd, wierp zijn vruchten af want snel was het pand aan de Lloydsweg 12 alweer te klein. 'In 2007 richtte ik mijn eerste BV op en betrokken we even verderop twee bedrijven aan de Lloydsweg 28. Op de drie jaar die we daar doorbrachten, kijk ik met veel plezier terug. Met een klein clubje mensen hebben we in die tijd gigantisch hard, maar vooral met heel veel plezier gewerkt aan verdere groei.'

In 2009 begon de zucht naar nieuwe ondernemingsruimte echter alweer te kriebelen. 'Dat was het jaar waarin voor mijn gevoel EDC Internet definitief stond als bedrijf. We werden een bekende naam, hadden onze uitlevering goed op orde en, heel belangrijk, we hadden de gunfactor in de markt.' Tijd dus om weer te verhuizen, ditmaal naar een voormalig postdistributiecentrum in Veendam. 'Daar groeiden we van zeven naar vijftien medewerkers. De eerdere investeringen in ons beheerplatform betaalden zich echt uit, want ondanks de groei hoefden we daar vrijwel geen aanpassingen aan te doen: het stond als een huis.'

Ondertussen bleef het personeelsbestand groeien. 'Steeds vaker bleven stagiaires bij ons hangen en we gingen met werkvoorzieningschap

WeDeKa samenwerken om mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt aan een baan te helpen. Al snel merkte ik dat het ondernemen daarvoor veranderde. Personeelsbeleid werd steeds belangrijker en ik had wel door dat dat niet mijn sterkste kant was.' Maar waar Idema wel goed in is, is denken in oplossingen en dingen loslaten als hij weet dat iemand anders het beter kan. 'Zo heb ik door de jaren heen een team van mensen om me heen gebouwd die elkaar op allerlei vlakken aanvullen. Dat geeft mij de vrijheid om te blijven ondernemen en me bezig te houden met de zaken waar ik goed in ben: het vinden van nieuwe kansen en oplossingen die eraan bijdragen de beste te worden in wat we doen.'

EDC Internet slaagt daar behoorlijk in, vanaf 2016 in weer een nieuw onderkomen: het liefst 8000 vierkante meter tellende voormalig logistiek centrum van Huisman Transport. 'De verf is nog niet helemaal droog en hier en daar moeten de puntjes nog op de i, maar ik ben nu al erg blij met ons nieuwe hoofdkwartier', zegt Idema, terwijl hij met gepaste trots de ruime, lichte en moderne kantoorruimtes en het immense magazijn showt. Het was ook wel weer nodig, de verhuizing. 'In ons vorige pand zijn we begonnen met het ontwikkelen van eigen lijnen. Voorheen kochten we alles in bij groothandel, maar op een gegeven moment dacht ik: met onze marktkennis kunnen we onze spullen veel beter zelf gaan ontwikkelen. Ik ben op het vliegtuig naar China gestapt, heb afspraken gemaakt met fabrikanten daar en inmiddels geven we alweer 800 eigen producten uit.'

De stap naar eigen ontwikkeling zorgt ervoor dat er meer voorraad nodig is, maar ook ruimte voor een eigen ontwikkelafdeling, niet alleen voor de producten zelf, maar ook voor de verpakkingen. Aan de Phoenixweg kan het bedrijf de komende jaren behoorlijk vooruit, zo is het idee. Van hieruit moet EDC de komende jaren nieuwe stukken van de wereldmarkt gaan veroveren met zijn eigen productlijnen. Het Veendam bedrijf is al de op één na grootste leverancier van erotische speeltjes en lingerie voor de consumentenmarkt in Nederland en België en op groothandelniveau staat het Europees ongeveer op de zesde plaats. Daarnaast tuint het op groothandelniveau stevig aan de weg in Noord- en Zuid-Amerika.

Maar het is Idema's droom om ook op die markten de eigen producten via eigen sites direct aan de consument te verkopen. 'Dat is natuurlijk het allermooiste.' In de gigantische markt die China is, is EDC inmiddels al zover. Sinds vorig jaar wordt samengewerkt met een Chinese partij. 'Zij nemen de marketing voor hun rekening en wij leveren onze speeltjes. Het uiteindelijke doel is om daar marktleider te worden. En hoewel we nog maar net bezig zijn, liggen we behoorlijk op koers. Natuurlijk blijft het afwachten hoe het zich de komende jaren ontwikkelt, maar niet geschooten is altijd mis', aldus Idema, die daarmee een simpel maar inmiddels zeer succesvol gebleken motto aanhaalt. ■